

# Inhaltsverzeichnis

**Abkürzungsverzeichnis** . . . . . XXXIX

**Literaturverzeichnis** . . . . . XLIII

**1. Teil: Markenrecht** . . . . . 1  
EUGEN MARBACH

**1. Kapitel: Grundlagen** . . . . . 3

Vorbemerkungen . . . . . 3

**I. Die Funktion der Marke** . . . . . 3

1. Die rechtlich geschützten Funktionen . . . . . 3

a) Unterscheidungsfunktion . . . . . 3

b) Herkunftsfunktion . . . . . 4

c) Qualitätsfunktion . . . . . 5

2. Die wirtschaftliche Funktion . . . . . 6

**II. Rechtsquellen** . . . . . 6

1. Nationale Rechtsquellen . . . . . 7

a) Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben vom 28. August 1992 . . . . . 7

b) Markenschutzverordnung . . . . . 7

c) Bundesgesetz über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum . . . . . 7

2. Internationale Rechtsquellen . . . . . 8

a) Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums . . . . . 8

b) Das GATT-TRIPS-Abkommen . . . . . 8

c) Das Madrider Abkommen über die internationale Registrierung von Marken . . . . . 9

d) Das Protokoll zum Madrider-Abkommen über die internationale Registrierung von Marken . . . . . 9

e) Übereinkommen von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken . . . . . 9

f) Trademark Law Treaty . . . . . 10

## Inhaltsverzeichnis

3. Die europäischen Rechtsquellen . . . . .	10
a) Richtlinie zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken . . . . .	10
b) Verordnung über die Gemeinschaftsmarke . . . . .	11
III. Alternative Schutztitel . . . . .	11
1. Das Verhältnis zu anderen gewerblichen Schutzrechten . . . . .	11
a) Problemstellung . . . . .	11
b) Autonome Anwendung der einzelnen Gesetze . . . . .	12
c) Fallgruppen . . . . .	12
<b>2. Kapitel: Begriff der Marke . . . . .</b>	<b>15</b>
Vorbemerkungen . . . . .	15
I. Die gesetzlichen Begriffsmerkmale . . . . .	15
1. Die Marke als Zeichen . . . . .	15
a) Zeichenqualität . . . . .	15
b) Graphische Darstellbarkeit . . . . .	16
2. Die Marke als Unterscheidungsmittel . . . . .	16
a) Grundsatz . . . . .	16
b) Wahrnehmbarkeit . . . . .	17
c) Gedankliche Einheit . . . . .	17
3. Unterscheidungskraft . . . . .	18
II. Zeichen-Typen . . . . .	19
1. Kein Numerus-Clausus möglicher Marken . . . . .	19
2. Die in Art. 1 MSchG konkret aufgezählten Kategorien . . . . .	20
3. Alternative Formen . . . . .	21
4. Offene Fragen . . . . .	22
a) Farben . . . . .	22
b) Positionen . . . . .	23
5. Andere Einteilungen . . . . .	24
<b>3. Kapitel: Absolute Schutzausschlussgründe . . . . .</b>	<b>25</b>
Vorbemerkungen . . . . .	25
A. <i>Grundlagen</i> . . . . .	25
I. Allgemeines . . . . .	25

1. Der Einfluss des Völkerrechts . . . . .	25
2. Der vorläufige Charakter der amtlichen Markenprüfung . . . . .	26
II. Allgemeine Grundsätze der Markenprüfung . . . . .	27
1. Gleichbehandlung von national und international hinterlegten Marken . . . . .	27
2. Gleichbehandlung von Waren- und Dienstleistungsmarken . . . . .	28
3. Spezifische Beurteilung der einzelnen Markenarten . . . . .	28
4. Die Prüfung beschränkt sich auf das konkret angemeldete Zeichen . . . . .	29
5. Die Prüfung erfolgt in Würdigung der konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen . . . . .	29
6. Bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit einer Marke sind alle Tatumstände zu berücksichtigen . . . . .	30
a) Örtlich . . . . .	30
b) Sachlich . . . . .	31
7. Massgebend sind die Verhältnisse im Zeitpunkt des Eintragungs- verfahrens . . . . .	31
8. Alle vier Landessprachen sind gleichwertig . . . . .	32
9. Zweifelsfälle sind einzutragen . . . . .	32
10. Gleichbehandlung im Unrecht . . . . .	33
B. <i>Zeichen des Gemeingutes</i> . . . . .	33
I. Allgemeines . . . . .	33
1. Gemeingut als Sammelkategorie . . . . .	33
2. Die Doppelfunktion des Tatbestandes . . . . .	34
3. Massgebend ist der Gesamteindruck . . . . .	35
4. Beurteilungsmassstab . . . . .	37
II. Beschaffenheitsangaben . . . . .	37
1. Der Tatbestand . . . . .	37
2. Schutzunfähige Inhaltshinweise . . . . .	39
a) Sachbezeichnungen . . . . .	39
b) Direkt beschreibende Angaben . . . . .	39
c) Qualitätshinweise . . . . .	41
d) Hinweise auf die äussere Ausstattung . . . . .	41

## Inhaltsverzeichnis

3. Markenfähige Inhaltshinweise . . . . .	42
a) Mutilationen . . . . .	43
b) Vorsilben/Endsilben . . . . .	43
c) Wortverdrehungen . . . . .	43
d) Unbestimmter Sinngehalt . . . . .	44
e) Symbolische Angaben . . . . .	44
f) Zweisprachigkeit . . . . .	44
g) Pleonasmen . . . . .	45
III. Freizeichen . . . . .	45
1. Begriff . . . . .	45
2. Der Degenerierungs-Tatbestand . . . . .	46
3. Rückentwicklungen . . . . .	48
IV. Elementare Zeichen und Farben . . . . .	49
1. Allgemeines . . . . .	49
2. Die einzelnen Kategorien . . . . .	50
a) Buchstaben . . . . .	50
b) Zahlen . . . . .	51
c) Kombinationen von Zahlen und Buchstaben . . . . .	51
d) Geometrische Grundelemente . . . . .	51
e) Elementare Symbole . . . . .	52
3. Farben . . . . .	52
V. Herkunftsangaben . . . . .	52
1. Grundsatz . . . . .	52
2. Abgrenzung zum Phantasiezeichen . . . . .	53
3. Garantimarken . . . . .	54
VI. Verkehrsdurchsetzung . . . . .	54
1. Grundsatz . . . . .	54
2. Tatbestand der Verkehrsdurchsetzung . . . . .	55
3. Beweis der Verkehrsdurchsetzung . . . . .	56
VII. Schutzzfähigkeit aufgrund graphischer oder farblicher Gestaltung . . . . .	57
1. Graphische Gestaltung . . . . .	57
2. Farbliche Gestaltung . . . . .	58
C. <i>Schutzunfähige Waren- und Verpackungsformen</i> . . . . .	59
I. Stellenwert des Schutzausschlussgrundes . . . . .	59

1. Problemstellung . . . . .	59
2. Das Verhältnis zum Schutzausschlussgrund Gemeingut . . . . .	60
a) Grundsatz . . . . .	60
b) Verkehrsdurchsetzung . . . . .	60
c) Absolute Freihaltebedürftigkeit . . . . .	61
3. Formmarken für Dienstleistungen? . . . . .	62
II. Die einzelnen Tatbestände . . . . .	62
1. Technisch notwendige Formen . . . . .	62
a) Technische Bedingtheit . . . . .	62
b) Technisch notwendige Formen . . . . .	63
2. Formen, die das Wesen der Ware ausmachen . . . . .	64
D. <i>Irreführende Zeichen</i> . . . . .	66
I. Grundlagen . . . . .	66
1. Allgemeines . . . . .	66
a) Terminologie . . . . .	66
b) Funktion des Ausschlussgrundes . . . . .	66
c) Stellenwert des Verbotes . . . . .	67
2. Der Tatbestand der Irreführung . . . . .	67
3. Keine Heilung täuschender Marken . . . . .	69
4. Methode und Kriterien der Beurteilung . . . . .	70
a) Die Beurteilung erfolgt aufgrund der abstrakten Angaben in der Anmeldung . . . . .	70
b) Objektive Beurteilung . . . . .	70
c) Die Beurteilung erfolgt anhand der Einzelelemente . . . . .	71
5. Die Problematik bei Dienstleistungszeichen . . . . .	71
II. Täuschung über die Herkunft . . . . .	72
1. Der Tatbestand der Herkunftstäuschung . . . . .	72
a) Grundsatz . . . . .	72
b) Abgrenzung zu den Phantasiezeichen . . . . .	72
c) Korrektive . . . . .	74
2. Unmittelbare Herkunftsangaben und Wappen . . . . .	75
3. Mittelbare Herkunftsangaben . . . . .	75
a) Begriff . . . . .	75
b) Fallgruppen . . . . .	76

## Inhaltsverzeichnis

4.	Formulierung der Einschränkung . . . . .	78
a)	Naturprodukte . . . . .	78
b)	Gewerbliche und industrielle Produkte . . . . .	79
c)	Ausländische Herkunftsangaben . . . . .	80
III.	Täuschung über sachliche Eigenschaften . . . . .	80
1.	Der Tatbestand . . . . .	80
a)	Allgemeines . . . . .	80
b)	Phantasiezeichen . . . . .	81
c)	Unbestimmte Erwartungen . . . . .	82
d)	Mogel-Aussagen . . . . .	82
e)	Korrektive . . . . .	83
2.	Formulierung der Einschränkung . . . . .	83
IV.	Täuschung über geschäftliche Verhältnisse . . . . .	84
1.	Angemasste Namen und Firmen . . . . .	84
2.	Angaben über Struktur und Art des Betriebes . . . . .	84
3.	Altersberühmungen . . . . .	85
4.	Medaillen, Diplome und andere geschäftliche Auszeichnungen . . . . .	85
E.	<i>Rechts-, sitten- und ordnungswidrige Zeichen</i> . . . . .	85
I.	Rechtswidrige Zeichen . . . . .	85
1.	Allgemeine Bemerkungen . . . . .	86
a)	Begriff . . . . .	86
b)	Die Vollzugsproblematik . . . . .	86
c)	Keine Heilung . . . . .	87
2.	Öffentliche Zeichen und Wappen . . . . .	87
a)	Grundsatz . . . . .	87
b)	Umfang des Registrierungsverbotens . . . . .	88
c)	Die Privilegierung von Dienstleistungszeichen . . . . .	88
d)	Ausnahmen . . . . .	88
3.	Einzelfälle . . . . .	89
4.	Kennzeichen internationaler Organisationen . . . . .	90
5.	Name und Zeichen des Roten Kreuzes . . . . .	91
6.	Hinweise . . . . .	91
II.	Sitten- und ordnungswidrige Zeichen . . . . .	92

1. Sittenwidrige Zeichen . . . . .	92
2. Ordnungswidrige Zeichen . . . . .	93
<b>4. Kapitel: Relative Schutzausschlussgründe . . . . .</b>	<b>95</b>
Vorbemerkungen . . . . .	95
A. <i>Grundlagen</i> . . . . .	95
I. Allgemeines . . . . .	95
1. Die Relation zwischen Produkt- und Zeichennähe . . . . .	95
a) Problemstellung . . . . .	95
b) Stand von Lehre und Rechtsprechung . . . . .	96
c) Das neue Recht . . . . .	97
2. Beurteilungsmethode . . . . .	98
3. Legitimation . . . . .	98
4. Rechts- oder Tatfrage . . . . .	98
II. Der Aufbau des Art. 3 MSchG . . . . .	99
III. Abgrenzungsvereinbarungen . . . . .	100
B. <i>Gleichartigkeit</i> . . . . .	101
I. Allgemeines . . . . .	101
1. Problemstellung . . . . .	101
2. Parameter der Gleichartigkeit . . . . .	103
a) Herkunftsbezogene Gleichartigkeit . . . . .	103
b) Sachliche Gleichartigkeit . . . . .	104
3. Statische oder marktbezogene Beurteilung? . . . . .	105
a) Bezugspunkt . . . . .	105
b) Massgebend ist die Verkehrsauffassung . . . . .	105
c) Stellenwert der Wareneinteilung gemäss Nizza-Abkommen . . . . .	105
4. Stand von Lehre und Rechtsprechung . . . . .	106
5. Ergebnisse . . . . .	107
II. Fallgruppen . . . . .	108
1. Indizien für die Gleichartigkeit . . . . .	108
2. Neutrale Überschneidungen . . . . .	109
3. Indizien für fehlende Gleichartigkeit . . . . .	109

## Inhaltsverzeichnis

4. Gleichartigkeit zwischen Waren und Dienstleistungen . . . . .	110
5. Gleichartigkeit bei begleitenden Marken . . . . .	110
C. Verwechslungsgefahr . . . . .	111
I. Allgemeines . . . . .	111
1. Funktion und Begriff . . . . .	111
a) Funktion des Kriteriums . . . . .	111
b) Begriff der Verwechslungsgefahr . . . . .	111
c) Einheitlichkeit des Begriffs . . . . .	112
2. Schutzzumfang der Marke . . . . .	113
a) Starke und schwache Zeichen . . . . .	113
b) Gemeinfreie Markenelemente . . . . .	114
c) Ausweichmöglichkeiten . . . . .	114
d) Der Einfluss älterer Drittzeichen . . . . .	114
3. Beurteilungsgrundsätze . . . . .	115
a) Grundlage ist der Registereintrag . . . . .	115
b) Verwechselbarkeit beurteilt sich nach objektiven Kriterien . . . . .	115
c) Massgebend ist der Gesamteindruck . . . . .	116
d) Das Erinnerungsbild . . . . .	116
e) Die gesamten Umstände . . . . .	117
f) Kein Motivschutz . . . . .	118
g) Verwechslungsgefahr genügt . . . . .	118
II. Verletzung von Wortzeichen . . . . .	118
1. Grundsatz . . . . .	118
2. Klangbild . . . . .	119
a) Umstände, welche die klangliche Verwechslungsgefahr begünstigen . . . . .	119
b) Ähnlichkeiten, bei welchen nur zurückhaltend auf klangliche Verwechselbarkeit zu schliessen ist . . . . .	120
3. Schriftbild . . . . .	120
4. Sinngehalt . . . . .	120
a) Übersetzungen . . . . .	121
b) Inhaltliche Verwandtschaft . . . . .	121
c) Gegenteilspaare . . . . .	121
III. Bilder, Formen, Tonfolgen . . . . .	121
1. Verwechslungsgefahr bei Bildzeichen . . . . .	121
a) Bild gegen Bild . . . . .	121

b) Bild gegen Wort . . . . .	122
c) Kombinierte Wort- und Bildmarken . . . . .	122
2. Verwechslungsgefahr bei Formmarken . . . . .	123
3. Verwechslungsgefahr bei akustischen Marken . . . . .	124
D. <i>Priorität</i> . . . . .	124
I. Der Grundtatbestand . . . . .	124
1. Begriff und Funktion . . . . .	124
2. Der Grundsatz der Hinterlegungspriorität . . . . .	125
3. Schranken des Prioritätsprinzips . . . . .	126
a) Rechtsmissbrauchstatbestände . . . . .	126
b) Gleiche Priorität . . . . .	126
II. Der Hinterlegung in der Schweiz gleichgestellte Sachverhalte . . . . .	127
1. Priorität nach Pariser Verbandsübereinkunft . . . . .	127
2. Gegenrechtspriorität . . . . .	129
3. Ausstellungspriorität . . . . .	129
4. Einzelfragen . . . . .	129
III. Die notorisch bekannte Marke . . . . .	130
IV. Übergangsrecht . . . . .	131
1. Die Priorität altrechtlich hinterlegter Marken . . . . .	131
2. Altrechtliche Markenleichen . . . . .	132
3. Neurechtliche Hinterlegungen mit übergangsrechtlicher Gebrauchspriorität . . . . .	132
<b>5. Kapitel: Erwerb des Markenrechts</b> . . . . .	<b>135</b>
Vorbemerkungen . . . . .	135
I. Allgemeine Verfahrensbestimmungen . . . . .	135
1. Die gesetzlichen Grundlagen . . . . .	135
a) Rechtsquellen . . . . .	135
b) Das Verhältnis zwischen den verschiedenen Rechtsquellen . . . . .	135
c) Allgemeine Verfahrensmaximen . . . . .	136
2. Sprache . . . . .	136
3. Vertretung . . . . .	138
a) Grundsatz . . . . .	138

## Inhaltsverzeichnis

b) Vertretungszwang . . . . .	138
c) Vollmacht . . . . .	139
4. Gebühren . . . . .	140
5. Schriftlichkeit . . . . .	141
6. Fristen . . . . .	141
7. Weiterbehandlung bei Fristversäumnis . . . . .	141
a) Grundsatz . . . . .	141
b) Voraussetzungen . . . . .	142
c) Schranken . . . . .	142
d) Wirkungen . . . . .	143
II. Eintragungsverfahren . . . . .	143
1. Hinterlegung der Marke . . . . .	143
2. Legitimation . . . . .	143
a) Grundsatz . . . . .	143
b) Parteifähigkeit von Hinterlegern ohne juristische Persönlichkeit . . . . .	144
c) Personengemeinschaften . . . . .	144
d) Defensivzeichen und Hilfswaren . . . . .	145
3. Die Hinterlegung . . . . .	145
4. Nachträgliche Änderungen . . . . .	146
5. Eintretensentscheid . . . . .	146
III. Die formellen Eintragungsvoraussetzungen . . . . .	147
IV. Materielle Prüfung . . . . .	147
1. Kognition . . . . .	147
2. Grundsätze der Sachverhaltsermittlung . . . . .	148
a) Untersuchungsgrundsatz . . . . .	148
b) Mitwirkungspflicht der Parteien . . . . .	148
c) Beweislosigkeit . . . . .	149
3. Beweismittel . . . . .	149
4. Rechtliches Gehör . . . . .	150
5. Entscheid und Eintragung . . . . .	151
V. Widerspruchsverfahren . . . . .	151
1. Allgemeines . . . . .	151
2. Der Widerspruch . . . . .	152

3. Verfahren . . . . .	153
4. Widerspruchsgründe . . . . .	154
a) Grundsatz . . . . .	154
b) Die Einrede fehlenden Gebrauchs . . . . .	155
5. Entscheidung . . . . .	156
VI. Rechtsmittel . . . . .	157
VII. Internationale Marken . . . . .	158
1. Gesuche um Eintragungen im internationalen Register . . . . .	158
2. Eintragungen mit Bestimmungsland Schweiz . . . . .	158
<b>6. Kapitel: Das Markenregister . . . . .</b>	<b>159</b>
Vorbemerkungen . . . . .	159
1. Allgemeines . . . . .	159
a) Formelle Regelung . . . . .	159
b) Inhalt des Registers . . . . .	160
c) Veröffentlichung . . . . .	160
2. Wirkungen des Markenregisters . . . . .	160
a) Formelle Öffentlichkeit . . . . .	161
b) Positive Rechtskraft . . . . .	161
c) Negative Rechtskraft . . . . .	162
d) Die erhöhte Beweiskraft . . . . .	163
3. Öffentlichkeit des Registers . . . . .	163
a) Öffentlichkeit des Registers . . . . .	163
b) Einsicht in hängige Verfahren . . . . .	163
c) Beweisurkunden . . . . .	164
4. Nachforschungen . . . . .	164
<b>7. Kapitel: Bestand des Markenrechts . . . . .</b>	<b>165</b>
Vorbemerkungen . . . . .	165
A. <i>Gültigkeitsdauer der Marke</i> . . . . .	165
I. Gültigkeitsdauer . . . . .	165
1. Nationale Marken . . . . .	165
2. IR-Marken . . . . .	166
II. Verlängerung der Eintragung . . . . .	166

## Inhaltsverzeichnis

1. Grundsatz . . . . .	166
2. Verlängerung ist ein Formalakt . . . . .	166
3. Frist . . . . .	167
4. Legitimation zum Verlängerungsantrag . . . . .	167
5. Keine Möglichkeit zur Anpassung des Zeichens . . . . .	168
6. Wirkungen der Verlängerung . . . . .	168
<b>B. Gebrauch der Marke . . . . .</b>	<b>168</b>
<b>I. Allgemeines . . . . .</b>	<b>168</b>
<b>II. Der Grundtatbestand . . . . .</b>	<b>169</b>
1. Der Gebrauch als Kennzeichen von Waren oder Dienstleistungen	169
a) Grundsatz . . . . .	169
b) Funktioneller Zusammenhang . . . . .	169
c) Hilfswaren und -dienstleistungen . . . . .	170
d) Unternehmensbezogener Gebrauch . . . . .	171
e) Dekorativer Gebrauch . . . . .	172
2. Gebrauch im Wirtschaftsverkehr . . . . .	172
3. Ernsthaftigkeit des Gebrauchs . . . . .	173
4. Gebrauch im Inland . . . . .	174
a) Die Exportmarke . . . . .	175
b) Der Staatsvertrag mit Deutschland . . . . .	175
c) Die notorisch bekannte Marke . . . . .	175
<b>III. Gebrauch in einer vom Register abweichenden Form . . . . .</b>	<b>176</b>
1. Grundsatz . . . . .	176
2. Fallgruppen . . . . .	177
a) Zusätze . . . . .	177
b) Weglassen von Markenbestandteilen . . . . .	177
c) Veränderungen . . . . .	178
3. Kombinierte Marken . . . . .	178
4. Benutzung in transponierter Art . . . . .	180
<b>IV. Teilgebrauch . . . . .</b>	<b>180</b>
<b>V. Gebrauch für andere Waren . . . . .</b>	<b>181</b>
<b>VI. Stellvertretender Gebrauch . . . . .</b>	<b>182</b>
1. Zulässigkeit des Grundgeschäftes . . . . .	182
a) Vertragliche Zusammenarbeit . . . . .	182

b) Garantiemarke . . . . .	183
c) Kollektivmarke . . . . .	184
d) Konzernmarke . . . . .	184
2. Benutzung der Marke ohne Zustimmung des Inhabers . . . . .	184
VII. Folgen des Nichtgebrauchs . . . . .	185
1. Grundsatz . . . . .	185
a) Während der Karenzfrist . . . . .	185
b) Nach Ablauf der Karenzfrist . . . . .	185
2. Die Karenzfrist . . . . .	186
3. Der Tatbestand des Nichtgebrauchs . . . . .	186
4. Rechtfertigung fehlenden Gebrauchs . . . . .	187
5. Geltendmachen des Nichtgebrauchs . . . . .	188
a) Form des Geltendmachens . . . . .	188
b) Legitimation . . . . .	188
c) Wirkungen . . . . .	189
6. Heilung fehlenden Gebrauchs . . . . .	191
7. Beweislast . . . . .	191
<b>8. Kapitel: Inhalt des Markenrechts . . . . .</b>	<b>193</b>
I. Grundlagen . . . . .	193
1. Die Marke als subjektives absolutes Recht . . . . .	193
2. Inhalt der Entscheidungsmacht . . . . .	194
a) Verfügungsmacht . . . . .	194
b) Die Sperrkompetenz . . . . .	195
3. Umfang des Ausschliesslichkeitsanspruches . . . . .	196
a) Kennzeichnungsmässiger Gebrauch . . . . .	196
b) Privatgebrauch . . . . .	197
4. Passivlegitimation . . . . .	197
II. Die einzelnen Verbotsansprüche . . . . .	197
1. Das Zeichen auf Waren oder deren Verpackung anzubringen . . . . .	198
2. Unter dem Zeichen Waren anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern . . . . .	198
a) Angebot von Waren . . . . .	198
b) Inverkehrbringen . . . . .	199

## Inhaltsverzeichnis

c) Lagern zum Zwecke des Inverkehrbringens . . . . .	199
3. Unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen . . . . .	200
4. Unter dem Zeichen Waren ein- oder auszuführen . . . . .	200
a) Warenexport . . . . .	200
b) Import . . . . .	201
5. Das Zeichen auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonstwie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen . . . . .	201
III. Schranken des Ausschliesslichkeitsrechts . . . . .	202
1. Erschöpfung des Markenrechts . . . . .	202
a) Grundsatz . . . . .	202
b) Internationale Erschöpfung (Parallelimporte) . . . . .	203
c) Ausnahmen vom Erschöpfungsgrundsatz . . . . .	204
2. Mitgebrauch an vorbenutzten Zeichen . . . . .	206
a) Grundsatz . . . . .	206
b) Voraussetzungen . . . . .	206
c) Umfang des Weiterbenutzungsrechts . . . . .	206
d) Übertragung . . . . .	207
3. Recht des Gleichnamigen . . . . .	207
4. Sachliche Mitbenutzung . . . . .	208
a) Sitzbezeichnungen und Herkunftsangaben . . . . .	209
b) Gemeinfreie Elemente . . . . .	209
c) Umschreibung des eigenen Angebotes . . . . .	209
d) Wiedergabe in Wörterbüchern und anderen Nachschlagewerken . . . . .	209
5. Verwirkung . . . . .	210
a) Allgemeines . . . . .	210
b) Verwirkung wegen widersprüchlichen Verhaltens . . . . .	210
c) Verwirkung wegen Interessenmissbrauch . . . . .	212
IV. Die berühmte Marke . . . . .	213
1. Problemstellung . . . . .	213
2. Begriff . . . . .	214
a) Fehlende Definition . . . . .	214
b) Natur von Ware oder Dienstleistung . . . . .	214
c) Parameter der Berühmtheit . . . . .	214

3.	Schutzvoraussetzungen . . . . .	216
a)	Rufausbeutung . . . . .	216
b)	Rufbeeinträchtigung . . . . .	216
c)	Gefährdung der Unterscheidungskraft . . . . .	217
4.	Wirkungen . . . . .	217
<b>9.</b>	<b>Kapitel: Übertragung und Lizenz . . . . .</b>	<b>219</b>
	Vorbemerkungen . . . . .	219
I.	Übertragung . . . . .	219
1.	Grundsatz . . . . .	219
2.	Grundlage der Markenübertragung . . . . .	220
3.	Rechtsgeschäftliche Übertragung . . . . .	220
4.	Registereintrag . . . . .	221
II.	Markenlizenz . . . . .	221
III.	Andere Verfügungen . . . . .	222
<b>10.</b>	<b>Kapitel: Untergang des Markenrechts . . . . .</b>	<b>223</b>
1.	Allgemeines . . . . .	223
2.	Verzicht des Markeninhabers . . . . .	223
a)	Löschungsantrag . . . . .	223
b)	Löschung wegen fehlender Verlängerung . . . . .	224
3.	Löschung aufgrund eines rechtskräftigen richterlichen Urteils . . . . .	224
<b>11.</b>	<b>Kapitel: Garantie- und Kollektivmarken . . . . .</b>	<b>225</b>
	Vorbemerkungen . . . . .	225
I.	Begriff und Funktion . . . . .	225
1.	Funktion . . . . .	225
2.	Begriff . . . . .	226
a)	Garantiemarke . . . . .	226
b)	Kollektivmarke . . . . .	226
II.	Trägerschaft . . . . .	226
III.	Das Markenreglement . . . . .	227
1.	Das Markenreglement als Hinterlegungsvoraussetzung . . . . .	227

## Inhaltsverzeichnis

2. Rechtsnatur des Reglementes . . . . .	228
3. Benutzungsberechtigung . . . . .	228
a) Garantiemarke . . . . .	228
b) Kollektivmarke . . . . .	229
IV. Kontrolle und Sanktionen . . . . .	230
V. Übertragung und Lizenz . . . . .	230
<b>2. Teil: Firmenrecht</b> . . . . .	<b>231</b>
CHRISTIAN HILTI	
<b>1. Kapitel: Grundlagen</b> . . . . .	<b>233</b>
I. Firma, Geschäftsbezeichnung und Enseigne . . . . .	233
II. Die Firma – Persönlichkeitsrecht, Vermögensrecht und/oder Immaterialgüterrecht? . . . . .	235
III. Inhaber von Firmenrechten . . . . .	236
IV. Historisch und sachlich bedingte Eigenheiten des Firmenrechts . . .	237
V. Die im Firmenrecht zu berücksichtigenden Interessensphären . . . .	239
<b>2. Kapitel: Firmenbildung, Firmeneintragung und Firmengebrauch</b> . .	<b>241</b>
I. Grundsätze der Firmenbildung . . . . .	241
1. Allgemeine Grundsätze . . . . .	242
2. Besonderheiten bei einzelnen Rechtsformen und bei Zweig- niederlassungen . . . . .	243
a) Einzelunternehmen . . . . .	243
b) Personengesellschaften . . . . .	244
c) Körperschaften und Genossenschaften . . . . .	244
d) Zweigniederlassungen . . . . .	245
aa) Zweigniederlassungen schweizerischer Unternehmen . .	245
bb) Zweigniederlassungen ausländischer Unternehmen . . .	245
3. Verbot reiner Sachbezeichnungen . . . . .	247
a) Reine, aus schweizerischen Landessprachen gebildete Sachbezeichnungen . . . . .	248
b) Reine Sachbezeichnungen aus dem englischen Sprach- gebrauch . . . . .	249

c)	Kombinationen von reinen Sachbezeichnungen und geographischen Angaben . . . . .	249
d)	Wortschöpfungen und Phantasiebezeichnungen mit Sachassoziationen . . . . .	251
e)	Kombinationen von reklamehaften Bezeichnungen mit Sachbezeichnungen . . . . .	252
4.	Verbot unsittlicher, insbesondere täuschender oder wahrheitswidriger Firmen . . . . .	253
a)	Verbot unsittlicher Firmen im engeren Sinn . . . . .	253
b)	Verbot unsittlicher Firmen im weiteren Sinn: täuschende bzw. wahrheitswidrige Firmen . . . . .	253
aa)	Täuschungsverbot und Wahrheitsgebot allgemein . . . . .	253
bb)	Fehlende Übereinstimmung von Firma und Zweck . . . . .	255
5.	Verbot rein reklamehafter Firmen . . . . .	256
a)	Allgemeines . . . . .	256
b)	Zulässigkeit von Slogans . . . . .	258
6.	Geographische Angaben . . . . .	259
a)	Bewilligungspflichtige in- und ausländische geographische Angaben . . . . .	259
b)	Nicht bewilligungspflichtige geographische Angaben . . . . .	262
aa)	Sitzbezeichnungen . . . . .	262
bb)	Andere, nicht bewilligungspflichtige geographische Angaben . . . . .	262
7.	Übersetzungen und fremdsprachige Firmen . . . . .	263
8.	Verbot figurativer Firmenelemente . . . . .	263
9.	Akronyme als Firmen . . . . .	266
10.	Verbot praktisch identischer Firmen . . . . .	267
11.	Spezialgesetzliche Bestimmungen bezüglich Firmenbildung . . . . .	267
a)	Wappenschutzgesetz . . . . .	268
b)	Namen und Abkürzungen zwischenstaatlicher Organisationen . . . . .	269
c)	Rot-Kreuz-Gesetz . . . . .	270
d)	Bankengesetz . . . . .	271
II.	Änderung der tatsächlichen Verhältnisse und Firmenanpassung . . . . .	272
III.	Verfahrensrechtliche Aspekte der Firmeneintragung und Firmenanpassung . . . . .	275
1.	Vorprüfungsverfahren und Firmenrecherche . . . . .	275
2.	Eintragungsverfahren . . . . .	276

## Inhaltsverzeichnis

3.	Bewilligungs- und Vernehmlassungsverfahren . . . . .	277
4.	Verfahrensrechtliche Aspekte der Firmenanpassung . . . . .	278
IV.	Firmengebrauchsrecht und -pflicht . . . . .	279
1.	Firmengebrauchsrecht und rechtsgeschäftliche Verfügungen betreffend Firmenbezeichnungen . . . . .	279
2.	Firmengebrauchspflicht . . . . .	280
<b>3.</b>	<b>Kapitel: Der Rechtsschutz im Verwaltungsverfahren . . . . .</b>	<b>283</b>
I.	Beschwerde an die kantonale Aufsichtsbehörde . . . . .	283
II.	Beschwerde gegen Verfügungen des EHRA an die Rekurs- kommission für geistiges Eigentum . . . . .	283
1.	Allgemeines . . . . .	283
2.	Beschwerde an die Rekurskommission gegen Erklärungen über die Unzulässigkeit beabsichtigter Firmen . . . . .	285
III.	Die Verwaltungsgerichtsbeschwerde an das Bundesgericht . . . . .	285
1.	Beschwerdelegitimation . . . . .	286
2.	Kognitionsbefugnis des Bundesgerichts bei Verwaltungs- gerichtsbeschwerden in Firmensachen . . . . .	286
IV.	Privatrechtlicher Einspruch gegen eine Firmeneintragung oder Firmenanpassung (Art. 32 HRegV) . . . . .	287
V.	Wiedererwägungsgesuch . . . . .	288
<b>4.</b>	<b>Kapitel: Zivilrechtlicher Firmenschutz . . . . .</b>	<b>289</b>
I.	Die Voraussetzungen für den firmenrechtlichen Schutz . . . . .	289
1.	Firmenrechtlicher Schutz nur von <i>registrierten</i> Firmen und Firmenbestandteilen . . . . .	289
2.	Firmenrechtlicher Schutz nur bei <i>firmenmässigem</i> Gebrauch des verletzenden Kennzeichens? . . . . .	290
a)	Probleme . . . . .	290
aa)	Wann liegt ein firmenmässiger Gebrauch vor? . . . . .	290
bb)	Je nach Anspruchsgrundlage unterschiedliche Zuständigkeit . . . . .	291
cc)	Je nach Anspruchsgrundlage unterschiedlicher Schutzumfang . . . . .	291

dd) Je nach Anspruchsgrundlage unterschiedliche Priorität . . .	292
ee) Insbesondere: Unsicherheiten der lauterkeitsrechtlichen Anspruchsgrundlage . . . . .	292
b) Lösungsansatz . . . . .	293
c) Lösung . . . . .	294
d) De lege ferenda . . . . .	294
II. Lauterkeitsrechtliche, namensrechtliche und markenrechtliche Anspruchsgrundlagen . . . . .	295
III. Beurteilung von Kollisionsfällen . . . . .	295
1. Hinterlegungs- oder Gebrauchspriorität und Treu und Glauben . . .	295
a) Hinterlegungspriorität bei rein firmen- (und marken-) rechtlichen Kollisionen . . . . .	296
b) Gebrauchspriorität im übrigen Kennzeichenrecht . . . . .	296
c) Berührungspunkte zwischen Hinterlegungs- und Gebrauchspriorität . . . . .	296
c) Ausnahme von der Priorität (Treu und Glauben) . . . . .	298
2. Geographischer und zeichenmässiger Schutzzumfang . . . . .	298
a) Geographischer Schutzzumfang (Art. 946 OR und Art. 951 OR) . . .	298
aa) Allgemeines . . . . .	298
bb) Firmenkollisionen zwischen Personengesellschaften und Körperschaften . . . . .	299
b) Schutzzumfang starker und schwacher Firmenbestandteile . . .	300
3. Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr (Art. 956 i.V.m. Art. 946 und Art. 951 OR) . . . . .	301
a) Einzelfirmen, Personengesellschaften sowie Kommandit- aktiengesellschaften und GmbH mit Personenfirma (Art. 946 und 951 Abs. 1 OR) . . . . .	303
b) “Deutliche” Unterscheidbarkeit bei Aktiengesellschaften, Genossenschaften und GmbH ohne Personenfirma (Art. 951 Abs. 2 OR) . . . . .	303
4. In Zweifelsfällen zusätzlich anwendbare Beurteilungskriterien . . .	304
a) Umfassender Schutz der persönlichen und geschäftlichen Interessen – kein Branchenprinzip im Firmenrecht . . . . .	304
b) “Gesamteindruck” – Klang, Bild, Sinngehalt . . . . .	306
aa) Massgeblichkeit des Handelsregistereintrags . . . . .	306
bb) Wortklang, Wortbild und Sinngehalt . . . . .	306
c) Besondere Strenge bei geographischer Nähe und/oder bei vorliegendem Wettbewerbsverhältnis . . . . .	308
d) Abstellen auf das Erinnerungsvermögen . . . . .	308

## Inhaltsverzeichnis

e)	Unmittelbare oder mittelbare Verwechslungsgefahr und tatsächliche Verwechslungen . . . . .	308
f)	Unterschiedliche Strenge bei Firmen, die aus Phantasie-, Sach- oder Personenbezeichnungen zusammengesetzt sind . . . . .	309
aa)	Phantasiebezeichnungen . . . . .	309
bb)	Sachbezeichnungen . . . . .	309
cc)	Personennamen . . . . .	310
g)	Firmenrechtlicher Schutz von Akronymen und Firmenkurzbezeichnungen? . . . . .	310
5.	Firmenkollisionen mitbeeinflussende Begleitumstände . . . . .	312
a)	“Verkehrsdurchsetzung”: Stärkung des Firmenschutzes . . . . .	312
b)	Verwirkung: Verlust des Firmenschutzes inter partes . . . . .	313
c)	Keine Einrede älterer (und jüngerer) Drittfirmen und keine Akzeptanz der “Abstandstheorie” . . . . .	315
IV.	Internationale Sachverhalte . . . . .	316
1.	Schutz schweizerischer Firmen gegen Verletzungen durch ausländische Firmen . . . . .	316
2.	Schutz von Zweigniederlassungen von Unternehmen mit Sitz im Ausland . . . . .	316
3.	Schutz ausländischer Handelsnamen . . . . .	317
V.	Prozessuale Aspekte des Firmenschutzes . . . . .	318
1.	Firmenrechtliche Ansprüche . . . . .	318
a)	Leistungsklage . . . . .	318
b)	Grundsätzlich keine Feststellung oder Einrede der Firmennichtigkeit . . . . .	318
c)	Ausnahmsweise blosser Feststellung der Verletzung . . . . .	319
d)	Schadenersatz . . . . .	319
e)	Genugtuung . . . . .	320
f)	Urteilspublikation . . . . .	320
2.	Zivilrechtlicher Firmenschutz bei Verletzung von objektiven Vorschriften des Firmenrechts? . . . . .	321
3.	Firmenschutz im summarischen Verfahren . . . . .	321
a)	Vorsorgliche Massnahmen . . . . .	321
b)	Befehlsverfahren . . . . .	322
4.	Ordentliches Verfahren: Kantonale, sachliche Zuständigkeit und bundesgerichtliche Berufung . . . . .	323
5.	Vergleichsweise Firmenabgrenzung und Schiedsverfahren? . . . . .	325

3. Teil: Herkunftsangaben und andere geographische Bezeichnungen	327
J. DAVID MEISSER	
<b>1. Kapitel: Rechtstatsachen und Rechtssetzung</b>	<b>329</b>
Vorbemerkungen	329
I. Ideelle Bedeutung geographischer Bezeichnungen	329
II. Wirtschaftliche Bedeutung geographischer Bezeichnungen	330
III. Beteiligte Interessen	333
IV. Zielsetzung der Rechtsquellen	335
V. Rechtsdurchsetzung in der Schweiz	337
VI. Wirksamkeit der Abkommen	339
VII. Ergebnis	343
<b>2. Kapitel: Rechtsquellen</b>	<b>345</b>
I. Allgemeines	345
1. Überblick	345
2. Unmittelbare Anwendbarkeit der Abkommen	346
3. Rangordnung der Normen	347
4. Konkurrenz von Strafnormen	348
5. Abkommensrechtlicher Schutz einheimischer Bezeichnungen im Inland	349
II. Internationale Abkommen	350
1. Die Pariser Verbandsübereinkunft	350
a) Allgemeines	350
b) Schutz staatlicher Hoheitszeichen	350
c) Falsche Herkunftsangaben	351
d) Sanktionen	351
e) Beziehung zu anderen Normen	352
f) Schwächen des Abkommens	352
2. Das Madrider Herkunftsabkommen	354
a) Allgemeines	354
b) Inhalt	354
c) Beziehung zu anderen Normen	355

## Inhaltsverzeichnis

d) Auswirkungen des Abkommens . . . . .	356
3. Das TRIPS-Abkommen . . . . .	357
a) Allgemeines . . . . .	357
b) Täuschende Herkunftsangaben . . . . .	358
c) Unlauterer Gebrauch geographischer Bezeichnungen . . . . .	359
d) Absoluter Schutz bei Weinen und Spirituosen . . . . .	359
e) Rückwirkung . . . . .	360
f) Unmittelbare Anwendbarkeit . . . . .	360
g) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	360
4. Das Stresaer Käseabkommen . . . . .	361
a) Allgemeines . . . . .	361
b) "Ursprungsbezeichnungen" . . . . .	362
c) "Benennungen" . . . . .	362
d) Kritik am Abkommen . . . . .	363
e) Herstellungsvorschriften für Emmentaler-Käse . . . . .	363
f) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	364
5. Das Genfer Abkommen . . . . .	364
6. Exkurs: Das Lissabonner Ursprungsabkommen . . . . .	366
III. Bilaterale Abkommen zum Schutz geographischer Bezeichnungen . . . . .	366
1. Vorbemerkungen . . . . .	366
a) Allgemeines . . . . .	366
b) Bedeutung der Anlagen (Listenschutz) . . . . .	367
c) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	369
d) Auswirkung der Abkommen . . . . .	370
2. Der Vertrag mit Deutschland . . . . .	371
3. Der Vertrag mit Spanien . . . . .	372
4. Der Vertrag mit Frankreich . . . . .	372
5. Der Vertrag mit Portugal . . . . .	373
6. Der Vertrag mit Ungarn . . . . .	374
7. Der Vertrag mit der Tschechoslowakei . . . . .	374
IV. Bilaterale Wirtschaftsabkommen . . . . .	374
1. Das Abkommen mit Frankreich . . . . .	374
a) Allgemeines . . . . .	374
b) Unmittelbare Anwendbarkeit . . . . .	376
2. Das Abkommen mit Mexiko . . . . .	376
a) Allgemeines . . . . .	376

b)	Unmittelbare Anwendbarkeit . . . . .	377
c)	Beziehung zu anderen Normen . . . . .	377
d)	Praktische Auswirkungen . . . . .	378
3.	Das Abkommen mit Argentinien . . . . .	378
4.	Das Abkommen mit Italien . . . . .	379
5.	Das Abkommen mit Bulgarien . . . . .	379
V.	Eidgenössisches Recht . . . . .	380
1.	UWG . . . . .	380
a)	Allgemeines . . . . .	380
b)	Beziehung zum 2. Titel MSchG . . . . .	380
c)	Anwendung bei geographischen Anspielungen . . . . .	381
d)	Beziehung zu anderen Normen . . . . .	382
e)	Umsetzung von Staatsverträgen über das UWG . . . . .	382
2.	Der zweite Titel des MSchG . . . . .	383
a)	Entstehungsgeschichte . . . . .	383
b)	Der Begriff der Herkunftsangaben gemäss Art. 47 MSchG . . . . .	386
aa)	Die gesetzliche Definition . . . . .	386
bb)	Zum Oberbegriff . . . . .	387
cc)	Direkte und indirekte Hinweise . . . . .	387
dd)	Hinweise auf die Beschaffenheit oder auf Eigenschaften . . . . .	388
ee)	Das Verständnis der Verkehrskreise . . . . .	390
ff)	Die Einschränkung "im Sinne von Abs. 1" . . . . .	390
gg)	Zusammenfassende Definition . . . . .	391
c)	Unzulässiger Gebrauch geographischer Bezeichnungen . . . . .	391
aa)	Unzutreffende Herkunftsangaben . . . . .	391
bb)	Mit unzutreffenden Herkunftsangaben verwechselbare Bezeichnungen . . . . .	393
cc)	Gebrauch von Namen, Adressen oder Marken . . . . .	393
d)	Herkunft von Waren und Dienstleistungen . . . . .	394
e)	Vermutete Richtigkeit gebräuchlicher Bezeichnungen . . . . .	396
f)	Besondere Bestimmungen . . . . .	397
g)	Produzentenkennzeichen . . . . .	398
h)	Zivilrechtlicher Schutz . . . . .	398
i)	Strafbestimmungen . . . . .	400
k)	Beziehung zu den internationalen Verträgen . . . . .	400
l)	Beziehung zu den schweizerischen Normen . . . . .	401
m)	Auswirkungen und Umsetzung . . . . .	402

## Inhaltsverzeichnis

3.	Wappenschutzgesetz . . . . .	404
	a) Entstehung . . . . .	404
	b) Inhalt . . . . .	404
	c) Gebrauch zu "geschäftlichen Zwecken" . . . . .	405
	d) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	407
	e) Durchsetzung des Gesetzes . . . . .	407
4.	Zivilrechtlicher Namensschutz . . . . .	408
	a) Allgemeines . . . . .	408
	b) Klagerecht der Gemeinwesen . . . . .	409
	c) Beeinträchtigung des Namensträgers . . . . .	409
	d) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	410
	e) Auswirkungen . . . . .	411
5.	Firmenrecht . . . . .	411
	a) Allgemeines . . . . .	411
	b) Art. 944 OR . . . . .	411
	c) Art. 952 OR . . . . .	412
	d) Art. 45 bis 47 HRegV . . . . .	412
6.	Strafgesetzbuch (Warenfälschung) . . . . .	412
	a) Allgemeines . . . . .	412
	b) Zur Frage der Wertverminderung . . . . .	413
	c) Anwendung bei Dienstleistungen . . . . .	414
	d) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	414
7.	Gesetzgebung betreffend Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände . . . . .	415
	a) Lebensmittelgesetz . . . . .	415
	b) Die Lebensmittelverordnung . . . . .	416
	c) Vorschriften über die Bezeichnung von Käse . . . . .	417
	aa) Allgemeines . . . . .	417
	bb) "Benennungen" . . . . .	417
	cc) "Ursprungsbezeichnungen" . . . . .	417
	dd) "Herkunftsbezeichnungen" . . . . .	418
	ee) "Sortenbezeichnungen" . . . . .	418
	ff) "Herkunftsangaben" . . . . .	419
	d) Vorschriften betreffend Getränke . . . . .	419
8.	Landwirtschaftsgesetz . . . . .	420
9.	Gesetzgebung zum Weinbau . . . . .	420
10.	Verordnung über die Benützung des Schweizer Namens für Uhren . . . . .	421
	a) Allgemeines . . . . .	421
	b) Schweizerische Herkunft . . . . .	422

c) Beziehung zu anderen Normen . . . . .	423
VI. Interkantonale und kantonale Normen . . . . .	423
1. Das IKV-Regulativ . . . . .	423
2. Kantonale Erlasse . . . . .	424
VII. Richtlinien . . . . .	425
1. Der Codex Alimentarius . . . . .	425
2. Die Richtlinien der Internationalen Handelskammer . . . . .	425
3. Die Grundsätze der Schweizerischen Kommission für die Lauterkeit in der Werbung . . . . .	426
4. Die provisorische Liste schweizerischer geographischer Bezeichnungen des BAGE . . . . .	427
<b>3. Kapitel: Untersuchung der Grundbegriffe . . . . .</b>	<b>429</b>
I. Herkunft . . . . .	429
1. Allgemeines . . . . .	429
2. Abgrenzung zum zollrechtlichen Ursprung . . . . .	429
3. Die für die Herkunftsbestimmung anwendbaren Normen . . . . .	430
4. Problematik der Herkunftsbestimmung . . . . .	430
5. Mehrfache Herkunft . . . . .	431
II. Die Bezeichnung der Herkunft . . . . .	433
1. Allgemeines . . . . .	433
2. Als Herkunftsangaben geeignete Bezeichnungen . . . . .	433
a) Namen von Gebietskörperschaften . . . . .	434
b) Wappen und lokale Symbole . . . . .	435
c) Gegenden, Landschaftselemente . . . . .	435
d) Pflanzen und Tiere . . . . .	435
e) Menschen und ihr Verhalten, Sprachgebrauch . . . . .	436
f) Bauten und andere Werke . . . . .	437
g) Ereignisse, Veranstaltungen . . . . .	437
h) Bezeichnungen von Waren und Dienstleistungen . . . . .	437
3. Der von der Herkunftsangabe erfasste Raum . . . . .	438
III. Systematik der geographischen Bezeichnungen . . . . .	439
1. Allgemeines . . . . .	439

## Inhaltsverzeichnis

2. "Geographische Bezeichnungen" als Oberbegriff . . . . .	439
3. Kriterien für die Klassifizierung . . . . .	440
4. Herkunftsangaben und andere geographische Bezeichnungen . .	442
5. Ursprungsbezeichnungen . . . . .	443
a) Allgemeines . . . . .	443
b) Abgrenzung zu den einfachen Herkunftsangaben . . . . .	444
c) Kontrollierte Ursprungsbezeichnungen . . . . .	445
d) Benennungen . . . . .	445
6. Einfache Herkunftsangaben . . . . .	445
7. Gattungsbezeichnungen und Beschaffenheitsangaben . . . . .	446
8. Phantasiebezeichnungen . . . . .	447
9. Abgrenzung zu den Marken . . . . .	447
IV. Die Ermittlung der Zeichenbedeutung . . . . .	448
1. Bedeutung als Zuordnung von Denkinhalten . . . . .	448
2. Rechtsfragen und Tatfragen . . . . .	449
3. Die massgeblichen Verkehrskreise . . . . .	450
4. Das Umfeld als Interpretationsweiche . . . . .	451
5. Bedeutungswandel und massgeblicher Zeitpunkt . . . . .	452
6. Methoden der Bedeutungsermittlung . . . . .	453
7. Ergebnis . . . . .	454
4. Teil: Der Schutz nicht registrierter Kennzeichen . . . . .	455
CHRISTIAN HILTI	
1. Kapitel: Begriffliches und Vorbemerkungen . . . . .	457
I. Marke, Ausstattung und Kennzeichen . . . . .	458
II. Überblick über die Kennzeichenkategorien . . . . .	461
III. Gründe für die unterbliebene Registrierung . . . . .	462

<b>2. Kapitel: Allgemeines zum Rechtsschutz nicht registrierter Kennzeichen</b> . . . . .	465
I.    Generelle Schutzverweigerung nicht registrierter Kennzeichen? . . .	465
II.   Vom Firmen- und Markenschutz generell ausgeschlossene Zeichen .	466
1.  Ausschluss aus tatsächlichen Gründen . . . . .	466
2.  Ausschluss aus rechtlichen Gründen . . . . .	467
a) Grundsatz . . . . .	467
b) Relativierung des Grundsatzes . . . . .	467
3.  Zusammenfassung . . . . .	468
III.  Priorität und Schutz nicht registrierter Zeichen allgemein . . . . .	469
1.  Vorbemerkungen . . . . .	469
2.  Marken-, firmen-, namens- und lauterkeitsrechtliche Priorität . .	470
a) Kollisionen von nicht registrierten Kennzeichen mit Registerrechten . . . . .	470
b) Prioritätsverlust aufgrund nachträglicher Registrierung als Marke oder Firma? . . . . .	472
c) Kollisionen von nicht registrierten Kennzeichen unter sich . .	472
d) Priorität durchgesetzter Kennzeichen . . . . .	473
3.  Schutz nicht registrierter, durchsetzungsfähiger Zeichen . . . . .	473
4.  Zeichen im Entwurfs- und Eintragungsstadium . . . . .	475
5.  Schutzumfang nicht registrierter Kennzeichen . . . . .	476
6.  Exkurs: Der Sonderfall sogenannter "Positionsmarken" . . . . .	476
IV.  Mögliche Anspruchsgrundlagen: Lauterkeits-, Urheberrechts- und/oder Namensschutz . . . . .	477
1.  Allgemeines . . . . .	477
2.  Lauterkeitsrechtlicher Schutz nicht registrierter Kennzeichen . . .	477
a) Verwechslungsgefahr . . . . .	477
b) Reine Rufausbeutung . . . . .	478
3.  Urheberrechtlicher Schutz nicht registrierter Kennzeichen (Verweis) . . . . .	479
4.  Namensrecht (Verweis) . . . . .	480
<b>3. Kapitel: Rechtsschutz nicht registrierter Zeichen im einzelnen</b> . . . . .	481
I.    Nicht registrierte Marken und Ausstattungen im einzelnen . . . . .	481

## Inhaltsverzeichnis

1. Der Sonderfall der notorisch bekannten Marke . . . . .	481
2. Nicht registrierte Titel . . . . .	482
3. Telefonnummern, Frequenzen etc. . . . .	483
4. Verpackungs- und Produkteformen . . . . .	484
a) Lauterkeitsrechtlicher Kennzeichenschutz und sklavische Nachahmung . . . . .	485
b) Urheberrechtlicher Schutz . . . . .	486
5. Schriftzüge . . . . .	487
6. Farben und Farbkombinationen . . . . .	487
7. Klang- und bewegliche Bildzeichen . . . . .	489
8. Fiktive Charaktere: Comic- und Romanfiguren etc. . . . .	490
9. Tast- und Geruchszeichen und andere Ausstattungen . . . . .	492
II. Zur Kennzeichnung verwendete Namen . . . . .	493
1. Namen von (noch lebenden) natürlichen und von juristischen Personen . . . . .	493
2. Namen und Abbildungen verstorbener Persönlichkeiten . . . . .	495
3. Namen und Abbildungen historischer Persönlichkeiten . . . . .	497
4. Fiktive Namen . . . . .	498
5. Faktische Firmen und Namen einfacher Gesellschaften etc. . . . .	499
6. Schutz nicht registrierter Geschäftsbezeichnungen, Enseignes und ausländischer Handelsnamen (Verweis) . . . . .	500
III. Herkunftsangaben (Verweis) . . . . .	500
5. Teil: Abbildungen . . . . .	501
EUGEN MARBACH . . . . .	
<b>Stichwortverzeichnis deutsch</b> . . . . .	517
<b>Index français</b> . . . . .	543